

4. Румянцева З. П. Общее управление организацией. Теория и практика : учеб. / З. П. Румянцева. – М. : Инфра-М, 2003. – 304 с.
5. Смерічевський С. Ф. Зв'язано-диверсифіковані системи підприємств: генезис, моделювання та стратегічний аналіз : монографія / С. Ф. Смерічевський. – Донецьк : ВІК, ДонДУУ, 2008. – 375 с.
6. Ячменьова В. М. Ідентифікація стійкості діяльності промислових підприємств : монографія / В. М. Ячменьова. – Сімферополь : Доля, 2007. – 384 с.
7. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз : монографія / В. М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима. – Сімферополь : ВД "АРИАЛ", 2010. – 472 с.
8. Ячменьова В. М. Стійкість діяльності промислових підприємств: оцінка та забезпечення : монографія / В. М. Ячменьова. – Сімферополь : ВД "АРИАЛ", 2010. – 472 с.

Отенко В. І., Гронь О. В.

УДК 658.012

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. Загальноекономічна ситуація, соціальні напруги, зміни законодавчої системи негативно впливають на стан вітчизняних підприємств, вичерпують їхній потенціал. У цих умовах важливим є становлення й реалізація принципово нової системи управління підприємством, що направлена на пошук, створення та використання можливостей для їх ефективного функціонування та розвитку, й у зв'язку з тим формування адекватної теоретичної бази, нових підходів, розробки методичного інструментарію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню широкого спектру проблем управління стратегічними змінами підприємства та їх вирішенню присвячено наукові праці таких вчених-економістів як І. Адизес, М.Д. Аістова, І.М. Акімова, А. Арменікас, Л. Грейнджер, Ф. Гуїяр, Дж. Келлі, Г.Б. Клейнер, А.П. Наливайко, С.Р. Філонович, В.Ф. Шапіро. У їх роботах досліджено сучасні концепції, передумови, методи реалізації стратегічних змін підприємств. Однак необхідно відмітити різну спрямованість досліджень і відсутність єдиного підходу до розробки методичного забезпечення. Актуальність, практична значущість й недостатня розробка зазначених питань зумовили мету та завдання дослідження.

Мета статті. Метою статті є розробка методичного забезпечення для проведення емпіричного дослідження стратегічних змін промислових підприємств.

Основні результати дослідження. Перед дослідником для проведення аналізу будь-якої системи постають два питання: перше – визначення стану системи, що аналізується з метою позначення зони, що потребує покращення та стимулювання змін; друге - дослідження альтернативних варіантів знов створюваної системи з метою вибору кращого варіанту. Таким чином, для формування методичного забезпечення дослідження стратегічних змін підприємства необхідним є вирішення таких завдань: розробити технологію дослідження – сформувавши етапи та завдання, систему кількісних та якісних показників, комплекс методів та моделей дослідження; виявити особливості та характеристики змін на машинобудівних підприємствах; проаналізувати тенденції стратегічних змін підприємств; оцінити ключові фактори реалізації стратегічних змін в діяльності підприємств; на основі результатів дослідження розробити комплекс заходів щодо управління стратегічними змінами на підприємстві.

Для реалізації представлених завдань доречним є для кожного етапу дослідження сформувати певні системи показників та методів (табл. 1).

Таблиця 1. Завдання комплексного дослідження стратегічних змін машинобудівних підприємств.

Завдання дослідження	Методи дослідження	Характеристика показників
1. Дослідити особливості та виявити характеристики змін на машинобудівних підприємствах	Порівняльний аналіз	Показники демографії (структурно-організаційних змін) та фінансово-економічні показники діяльності підприємств
2. Проаналізувати тенденції стратегічних змін підприємств	Аналіз динаміки процесів реалізації стратегічних змін підприємствами	Відносні показники, що характеризують темпи та інтенсивність змін
3. Виявити та побудувати моделі факторів реалізації стратегічних змін в діяльності машинобудівних підприємств	Кластерний, факторний та канонічний аналіз (моделювання факторів та їх взаємозалежностей)	Показники фінансово-економічної діяльності підприємств
4. Провести аналіз та оцінити ключові фактори реалізації стратегічних змін	Когнітивний аналіз та експертне оцінювання	Кількісні показники фінансового фінансового характеру та якісні не фінансового характеру
5. Оцінити рівень пріоритетності заходів щодо управління стратегічними змінами	Методи експертного оцінювання	Якісні показники нефінансового характеру

Вибір методів для вирішення поставлених завдань дослідження здійснюється при дотриманні певних умов: ретельної систематизації всього арсеналу методів; чіткому визначенні передумов використання кожного аналітичного прийому; детальному описанні технології реалізації найбільш складних методів.

Відповідно класифікації методів аналізу систем управління, всі аналітичні методи поділяються на розрахункові та евристичні [1, с. 24]. До першої групи входять методи, які використовують строги правила логіки. Вони призначені для отримання числових значень й спираються на економіко-математичне моделювання та обчислювальні операції, що здійснюються за допомогою економічних показників. Серед них виділяються методи порівняння, упорядкування та моделювання.

Евристичні методи (до яких відноситься й метод експертного оцінювання) можна поділити на оцінювальні та оцінювально-пошукові. Умови, що передбачають використання евристичних методів складаються з наступних:

- якісний характер вихідної інформації та її описання за допомогою економічних та соціальних параметрів;
- відсутність достатньо представлених та достовірних відомостей за характеристиками об'єкту дослідження;
- велика невизначеність вихідних даних для аналізу;
- відсутність чіткого предметного описання і математичної формалізації предмету оцінювання;
- недостатність часу й засобів для дослідження із застосуванням формальних моделей;
- відсутність технічних засобів з відповідними для аналітичного моделювання характеристиками;
- екстремальність ситуації що аналізується.

Статистичні методи, до яких зокрема відноситься факторний аналіз, допомагають визначити загальні закономірні фактори та причини, що взаємозумовлюють процеси реалізації стратегічних змін. Факторний аналіз заснований на відшуванні причини, що лежить в основі взаємозалежної зміни ознак. Даний метод призначений для виявлення й кількісного опису узагальнюючих характеристик, які відображають весь набір вихідних і результируючих показників. Фактор розглядається як «причина», «рушійна сила якогось процесу», «явище, що визначає характер або окремі риси процесу» [2-4]. Розглядаючи всю сукупність підприємств як цілісну систему з притаманними їй властивостями, за допомогою факторного аналізу визначимо закономірні, типові сполучення значень безпосередньо вимірюваних ознак змін, що проходять на підприємствах та виявимо загальні причини, які породжують процеси прийняття стратегічних рішень, що притаманні всім підприємствам. З іншого боку, досліджуючи зміни в значеннях ознак, виявимо внутрішні властивості і основні аспекти управління ними.

Фактори встановлюються залежно від їх структури – складу показників, що мають найбільші коефіцієнти факторних навантажень та аналізу взаємозв'язку між ними. З погляду керівника або дослідника це не тільки причини – це інструмент впливу на поточний процес і, використовуючи його, можна визначити необхідні параметри даного процесу, а потім, маючи його кількісні характеристики, оцінювати й вносити корективи. Тому фактор, виявлений і оцінений, є ефективним інструментом управління.

Завдання визначення мінімальної кількості факторів, що досить для опису вихідної системи показників і їхніх кореляцій вирішується методом головних компонент [4]. За стандартною процедурою одержують матрицю навантажень вагових коефіцієнтів. Факторні навантаження є характеристиками стохастичного зв'язку між вихідними ознаками й загальними факторами. Для розрахунків факторного аналізу використовувався модуль *Factor Analysis i Principal Components* (метод головних компонентів).

Для дослідження взаємозв'язку та взаємообумовленості факторів реалізації стратегічних змін на підприємствах використовується метод канонічної кореляції. Канонічна кореляція - це розширення парної кореляції на випадок, коли є декілька результативних показників Y_p та факторів X_q ; $p \leq q$, где p - кількість результативних показників; q - кількість змінних показників. Кореляція між новими канонічними змінними U і V , визначених як лінійні комбінації початкових ознак:

$$\begin{aligned} U &= a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_qx_q; \\ V &= b_1y_1 + b_2y_2 + \dots + b_py_p. \end{aligned} \quad (1)$$

За аналогією з парною кореляцією тіснота зв'язку між канонічними змінними буде визначатися канонічними коефіцієнтами кореляції r :

$$r = \frac{\text{cov}(U, V)}{\sqrt{\text{var}(U) \cdot \text{var}(V)}}. \quad (2)$$

Пара лінійних комбінацій утворюють першу пару «канонічних функцій», яка описує певні властивості обох груп первинних показників. Але групи показників мають ще інші властивості, для концентрованого опису яких знаходять другу пару канонічних функцій, яка незалежна (некорельована) з першою парою. Виділяють стільки пар груп, поки не буде практично повністю вичерпано всі особливості груп показників.

Техніка кластерного аналізу базується на поняттях подібності об'єктів: підбором найбільше «схожих» одиниць (елементів) виконується розподіл сукупності на групи (кластери, класи, таксони). На відміну від комбінаційних угруповань кластерний аналіз приводить до розбивки на групи з обліком всіх групуювальних ознак одночасно. При цьому строго аналітично не вказуються чіткі границі кожної групи (це право залишається за дослідником), а також невідомо заздалегідь, скільки ж груп доцільно виділити в досліджуваній сукупності [4, 5].

Методи кластерного аналізу поділяються на дві великі групи: агломеративні (ті, що об'єднуються) і дивізімні (розділяючі). Агломеративні методи послідовно поєднують окремі об'єкти в групи (кластери), а дивізімні методи розчленовують групи на окремі об'єкти. У свою чергу кожний метод як об'єднуючого, так і поділяючого типу може бути реалізований за допомогою різних алгоритмів. Ієрархічний агломеративний кластерний аналіз є найбільш доцільним і доступним у використанні для великих сукупностей. До

очевидних достоїнств ієрархічних процедур відноситься можливість графічного представлення процесу кластеризації, чого немає в інших процедурах.

Результати роботи ієрархічної процедури оформляються у вигляді дендограми, у якій наведені номери поєднуваних об'єктів і значення міри подібності, при яких ці об'єкти були об'єднані. Об'єкти поєднуються у кластери в міру подібності між ними. Протилежне поняття міри подібності (S_{ij}) - це відстань між об'єктами (d_{ij}). Міра подібності необхідна на заключній стадії для чіткого подання дендограми до інтерпретації результатів. Однакові об'єкти мають подібність $S = 100$ (100%), зовсім різнорідні об'єкти мають подібність, рівну нулю. На якимсь критичному рівні подібності дендограма розрізається й розпадається на окремі кластери, виявлення яких є метою аналізу явища. Розрахунки методом кластерного аналізу (методом Уорда) виконано за допомогою пакету прикладних програм (ППП) *STATGRAPHICS Plus for Windows*. При цьому слід зазначити, що кластерний аналіз пропонує тільки зразки можливого сегментування підприємств. У подальшому вони всебічно вивчаються, виходячи з завдань дослідження процесів стратегічних змін підприємств.

Вибір методів та моделей оцінювання є не єдиною важливою умовою отримання об'єктивного представлення про об'єкт дослідження. Вирішення зазначених завдань дослідження стратегічного вибору припускає формування системи показників. Для кожного завдання дослідження існує кілька критеріїв відбору показників, що характеризують відповідні аспекти дослідження стратегічного вибору. Загальним критерієм являється можливість проводити порівняльний аналіз за окремі періоди часу, зв'язуватися причинно-наслідковими взаємовідносинами та характеризувати як стан підприємства так і його зміни. В аналітичній практиці управління підприємствами часто перевага віддається відносним показникам, в яких вже міститься можливість порівняння – відсоткам, коефіцієнтам, рейтинговим показникам [1, 6, 7]. Однак в значній мірі придатність або непридатність показників залежить від ситуації та обраної стратегії підприємства. Крім того, як правило, самостійно розроблені, а не рекомендовані експертами показники визивають більшу довіру у співробітників.

В дослідженні стратегічних змін підприємств використовуються показники фінансового та не фінансового характеру. Розробники концепції стратегічних карт затверджують: «В довгостроковій перспективі використання винятково фінансових показників не тільки позбавляє компанію багатьох можливостей, а й стає ризикованим.... Ми переконані, що контроль та аналіз не фінансових показників особливо корисні, якщо компанія стурбована збором та аналізом думок добре інформованих спеціалістів й просто зацікавлених осіб.» [7, с. 244]. В своїх доказах дослідники приводять порівняльні характеристики фінансових та не фінансових показників (табл. 2).

Збереження для підприємства умов готовності та безпеки їх діяльності при реалізації стратегічних змін визиває необхідність аналізу фінансово-економічних показників, що характеризують його стан. Крім того, слід зазначити, що неможливо провести всебічний аналіз без показників не фінансового характеру, що відповідають оцінкам управлінців та експертів. Тому доречним є використання в дослідженні фінансових та не фінансових показників.

Слід зауважити, що одні й ті ж показники можуть характеризувати декілька ключових аспектів діяльності підприємства, наприклад:

фінансові показники характеризують не тільки фінансову сторону діяльності підприємства, а й ефективність та якість управління підприємством, організаційні аспекти його бізнес-процесів, відносини з інвесторами, споживачами;

рентабельність продаж рекомендується використовувати в якості показника аспекту відносин з споживачами, але цей же показник характеризує рівень конкурентоспроможності реалізованої продукції, ефективність цінової політики підприємства, його фінансову діяльність;

обсяг продаж нових видів продукції є одним з можливих показників організації бізнес-процесів й той же час є ознакою процесів розвитку, особливо, якщо інноваційна діяльність підприємства відноситься до критичних його факторів успіху;

компетенція та час реалізації проекту по удосконаленню бізнес-процесів розглядається в аспекті навчання та розвитку й, крім того, в організаційному аспекті бізнес-процесів.

Таблиця 2. Порівняння фінансових та не фінансових показників [7, с.243].

Фінансові показники	Показники стратегічних карт
Складність при розумінні, а отже, можливість використання тільки спеціалістами	Кожний може оцінити їх доцільність, не існує необхідності щодо залучення експертів
Нормативний характер, існує необхідність контролю й обґрунтування реалістичності	Відбір за розсудом компанії та оформлення за довольною формою
Показники складають цілісну систему, що заснована на логічних зв'язках	Показники складно піддаються об'єднанню в систему, їх зв'язок та оцінка в вартісній формі проводиться на рівні розробки стратегії
Основна перевага: запобігання компанії від банкрутства та фінансових втрат	Основна перевага: допомога в досягненні успіху

Таким чином, є необхідним висновок, про важливість аналізу причинно-наслідкових зв'язків в системі показників (Рис.1), так як вони можуть послужити основою для розробки технології моделювання параметрів управління (дослідження) стратегічних змін на підприємствах.



Рис.1. Сукупність причинно-наслідкових зв'язків в системі показників для аналізу реалізації стратегічних змін.

Висновки. Методичне забезпечення дослідження стратегічних змін підприємства передбачає визначення предметної області дослідження, розробку методичного підходу, вибір методів аналізу, моделювання та оцінювання, а також формування системи показників. Дослідження процесів стратегічних змін підприємств визначає необхідність виокремлення аналізу процесів діяльності підприємства; стану готовності персоналу до реалізації змін; компетентності управлінського персоналу в розробленні стратегічних рішень.

Джерела та література:

1. Горшкова Л. А. Анализ организации управления. Аналитический инструментарий / Л. А. Горшкова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
2. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М. : Ин-т новой экономики, 2002. – 1280 с.
3. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / редкол.: С. В. Мочерний (відп.ред.) та ін. – К. : Вид-чий центр «Академія», 2000. – Т. 1. – 864 с.
4. Єгоршин О. О. Методи багатомірного статистичного аналізу / О. О. Єгоршин, А. М. Зосімов, В. С. Пономаренко. – К. : ІЗМН, 1998. – 208 с.
5. Рогальский Ф. Б. Математические методы анализа экономических систем / Ф. Б. Рогальский, Я. Е. Курилович, А. А. Цокурено. – К. : Наукова думка, 2001. – Кн. 1 : Теоретические основы. – 436 с.
6. Костирко Л. А. Стратегія фінансово-економічної діяльності господарюючого суб'єкта: методологія і організація : монографія / Л. А. Костирко. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. – 560 с.
7. Нили Энди. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления им / Нили Энди, Адамс Крис, Кеннерли Майк; [пер. с англ.]. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – 400 с.

Рахманная И.А.

УДК 338.241

ПОСТИНВЕСТИЦИОННЫЙ СИНДРОМ: ПОСЛЕДСТВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Актуальность. Любое предприятие, в условиях рыночной экономики стремится реализовать у себя несколько инвестиционных проектов. Это с точки зрения экспертов, дает возможность повысить имидж предприятия, конкурентоспособность, надежность его связей, авторитет среди поставщиков и покупателей. Другими словами инвестиции в последнее время стали панацеей от всех бед и ключом к успеху. Наверное, это в какой-то мере так, но статистика вещь упрямая и приводит такие данные. В 90-е годы прошлого столетия 30% предприятий, которые осваивали те или иные инвестиции перестали существовать как субъекты рыночной экономики. Эти предприятия, после инвестиционных проектов были объявлены банкротами или им понадобилась процедура санации. 15% - потеряли контрольный пакет акций и стали предприятиями с иностранным капиталом, 13% - поглощены инвесторами и репрофилированы, то есть сменили вид деятельности, 21% - сменили собственника, 21% удержались на плаву. Все изменения происходили в постинвестиционный период – период постинвестиционного синдрома. Это говорит о том, что предприятия в этот период очень уязвимы, и не в состоянии самостоятельно преодолеть последствия, которые в этот период обостряются. На сегодня назрела необходимость в выявлении, прогнозировании и оценке последствий постинвестиционного периода, поиске адекватного подхода в систематизации таких последствий.

Исследованность проблемы. Вопросами инвестиций и исследованием фаз его реализации занимались такие ученые как: В.Г. Федоренко [7], М.Г. Назарова [], И.А. Бланк [1], А.В. Козаченко [6], К.Р. Макконел, С.Л. Брю [], Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. [2], А.Г. Загородный, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин [3], В.В. Шеремет,